

Series de TV: Pro y contra

Por JOSE L. LORENZI S. J.

VOLVEMOS a poner el dedo en el ventilador, como prometimos: las tan debatidas series que televisan nuestros canales de Buenos Aires. Están en la picota. Se las ataca a muerte y se le achacan prácticamente los males que sufre nuestra sociedad. Siempre hay que tener una víctima que cargue sobre sus lomos los males complejos que nos aquejan. Es más fácil, más esquemático y... más eficaz. (El mal está dentro de nosotros, no fuera). En la otra entrega de octubre analizamos el envase exterior de las series fílmicas. Hoy quisiéramos destapar el envase y ver si dentro contienen tanto explosivo acumulado como para provocar esa sistemática e indiscriminada oposición que hemos visto levantarse incluso en el mismo seno de la Comisión de Educación de nuestra Honorable Cámara Joven. En efecto: se prepara —a largo o corto plazo (no lo sabemos, depende de la eficiente labor de los diputados que nos representan)— una ley que regule las actividades de la televisión. Es lógico que el Estado quiera regular una actividad tan importante en la vida del país. Es lógico y hasta loable que para acertar se invite a las partes interesadas en un medio de difusión tan importante. Pero lo-no-tan-lógico es presionar con argumentos especiosos... Porque entonces ya no entra a jugar el bien común sino el bien de unos pocos. Injusticia flagrante.

¿Qué es una serie fílmica? Padece redundante preguntarlo. Pero importa definirlas porque los ataques se centran so-

bre una entidad oscura que llaman "series". Parecería que todos nos entendemos cuando hablamos sobre "series de TV", pero uno empieza a dudar sobre esta inteligencia de base cuando se escuchan los argumentos de violencia, inmoralidad, foraneidad, crueldad y otros ítems que se cuelgan a esas series. Y en buena filosofía se definen primero los términos exactos no sea que estemos discutiendo con molinos de viento. ¿Qué es?, ¿cómo definir la serie de TV?

A falta de definición en nuestro diccionario, esbochemos una. Serie es todo aquel material fílmico, que no sea film de largo metraje, que en cada entrega nos ofrece una historia unitaria a base de personajes centrales o argumentos similares. Actualmente provienen casi todas de Estados Unidos, vienen dobladas al castellano y tienen una duración unitaria de 25 minutos (algunas pocas duran 50 minutos).

¿Cuántas series televisan nuestros cuatro canales porteños? Según la programación de la última semana de octubre, el cuadro es el siguiente:

Canal 7: 8 series semanales distintas u ocho episodios;

Canal 9: 45 series semanales distintas o 51 episodios (es decir hay series que tienen episodios diarios);

Canal 11: 14 series semanales o 14 episodios;

Canal 13: 39 series semanales o 54 episodios.

En total, Buenos Aires, la TV televisa

106 series semanales o bien 127 episodios, en ese mismo lapso hebdomadario. Para completar este cuadro —ya que se ha discutido también sobre el tema, como veremos— vamos a añadir otra estadís-

tica: la proporción de números “en directo” o “en vivo” y de números filmicos. Si a las series TV añadimos los films de largo metraje que televisan los cuatro canales, se forma el cuadro que sigue:

| CANAL | Total Horas Transmis. | | Proporción de horas | Porcentaje |
|-------|-----------------------|------------|---------------------|------------------|
| 7 | 83 hs. seman. | vivo films | 66h 30' 16h 30' | 79,8 % 21,2 % |
| 9 | 85h 45' seman. | vivo films | 36h 30' 49h 15' | 42,5 % 57,5 % |
| 11 | 44h 30' seman. | vivo films | 25h 30' 19 hs. | 57,2 % 42,8 % |
| 13 | 122 hs. seman. | vivo films | 62 hs. 60 hs. | 50,8 % 49,1 % |

Con estos simples datos a la vista, confectionados a base de la programación de la última semana de octubre 1961 que proporcionan nuestros canales (1), vamos al asunto crucial. Hay dos grandes sectores que están preocupados por las series de TV: el sector gremial-artístico y el sector de padres de familia o instituciones que los suplen. No hablamos de ese sector de gente “bien” que se opone a todo lo que sea televisión porque no hay cultura. Ya hablaremos sobre este nuevo esnobismo de tener televisor en casa pero nunca encendido porque se considera bajo entretenerse con el llamado cine de los pobres.

* * *

Tomemos al sector gremial. Sus dirigentes han hablado primero de *foraneidad*: enseñan modales extraños y modos de vivir no concordes con nuestros hábitos nacionales. Sí, es cierto, nuestros chicos juegan ahora a Ballinger o Mike

Hammer con las pistolas de material plástico que les fabrican los jugueteros argentinos, un poco más perfeccionadas que los pañuelos doblados en forma triangular que usábamos nosotros, en nuestra infancia dorada, cuando jugábamos al vigilante-ladrón. Siempre habrá estupidez o sueños en la infancia. ¿Qué conclusión sacar? Lógico, “que se hagan series argentinas”; hay tanto tema en nuestra historia... Otra vez, perfecto. ¿Hay algún capital que financie 39 episodios anuales a razón de un costo de producción por media hora, de entre los doscientos mil o cuatrocientos mil pesos? Puede que sí, pero que vayan saliendo. Por supuesto, hay actores, hay escritores, hay material técnico disponible para hacerlo. ¿Qué faltaría? ¿Por qué no se hacen series? La razón es más que simple. Para recuperar gananciosamente el dinero invertido no basta el mercado local. Hay que competir en el mercado de habla castellana distribuyendo las series. ¿Tenemos red distribuidora en Latinoamérica? Preguntémoslo a los industriales cinematográficos argentinos. ¿Se colocan los films argentinos-largo-metraje

(1) Los datos están tomados de la programación semanal que proporciona la Revista “Canal TV”, en su entrega correspondiente a la última semana de octubre.

en esos mercados? Me temo que no, o no mucho. ¿Por ser malos? No parece, pues donde van suelen tener aceptación. Simplemente porque no hay una red distribuidora que promueva y venda. Las luchas intestinas... "¿Qué quieren —decía un representante de películas mejicanas— que le vayamos a pedir de rodillas que manden films argentinos?" Todo esto nos lleva a lo siguiente: nos encantaría hacer series argentinas. Incluso se han hecho tímidos esbozos (digámoslo sotto voce: han fracasado). Somos capaces de hacerlas. Por otra parte estamos un poco cansados de algunas series (algunas, no todas). Quisiéramos ver reflejadas en la pantalla casera la historia y las cosas nuestras. Pero los complejos de inferioridad no se resuelven volteando en bloque los árboles del vecino sino plantando nosotros nuestro bosquecito en espera de que crezca paulatinamente. El que no trabaja con los dos bueyes que tiene y se las pasa gritando porque el vecino tiene un tractor perderá la cosecha que le hubiera producido sus dos humildes bueyes.

Segundo argumento del sector gremial: *inmoralidad*. Es la palabra que resumiría bien los escrupulosos catálogos que se han confeccionado enjuiciando moralmente y en bloque las series de televisión. No vamos por ahora a discutir lo veraz de estas afirmaciones, prescindamos por el momento. Lo que resulta curioso es oír juicios morales condenatorios —y por tanto una implícita y lógica defensa de una Censura Televisiva— en boca de quienes se han opuesto tenazmente a la censura del cine. Una de dos: o se acepta la censura para el cine y para las series de Televisión o no se acepta ningún tipo de censura moral. Más curioso resulta todavía que esos mismos sec-

tores no hablen una palabra de la inmoralidad de los espectáculos en vivo (más peligrosos —por la incidencia psicológica del número vivo— y más fáciles de censurar que un número filmico). Quien se aventura a censurar moralmente el número filmico de TV, para que su juicio sea integral y correcto debe censurar todos los programas de TV. Si no lo hace cae en sospecha: la de escudarse en la inmoralidad para pretender otros fines precisos. De hecho el sector gremial ha rechazado categóricamente todo tipo de censura en TV. ¿Qué busca entonces al hablar de inmoralidad en las series? Una sola cosa: la drástica desaparición de ese género de espectáculo en defensa del programa en vivo que pueda dar más fuente de trabajo a actores y escritores. Tal objetivo me parece honesto: bréguese, si se quiere, por dar trabajo a actores y escritores, pero no se usen argumentos especiosos ni se busque una indiscriminada protección de la ley. La calidad se impone siempre, no necesita leyes protectoras.

Tercer argumento gremial: *excesivo porcentaje* de series y films por sobre el número en vivo. Las tratativas y discusiones habrían llegado a establecer como porcentaje ideal el de 50 y 50. Y a renglón seguido se ponen a atacar a las Emisoras de la Capital por la excesiva cantidad de series y films.

Respuesta número uno: ¿han confeccionado estadísticas? Más arriba hemos puesto una. Basta ver: excepto el canal 9 que sobrepasa un poco la proporción, todos los demás canales han llegado espontáneamente a estabilizar su programación en el porcentaje ideal de 50 y 50.

Respuesta número dos: si los canales recurren a las series y números filmicos no es porque quieran prescindir del número vivo, sino justamente por lo con-

trario: para asegurarle calidad artística. Todos lo sabemos: la televisión es el género de difusión artística (recién nacido) que traga más espectáculo. Si todos deploramos la escasa calidad artística de los programas debemos convenir lealmente en lo difícil que es hacer buena TV justamente por el ritmo veloz que ésta impone. Por lo demás quienes conocen el negocio de la TV saben que para dar calidad no es cuestión de acumular programa tras programa con gente y más gente. La calidad artística está en función de las inversiones en equipos y estudios. Cada estudio de TV tiene un volumen ideal de trabajo. Sobresaturarlo es quemar la calidad o producir baja calidad. Llegamos así a la obvia conclusión de que los responsables de las Emisoras trabajan lealmente por mejorar la recién-nacida-televisión.

Si las cosas no andan todavía mejor —aunque van mejorando a ojos vistas desde el año pasado— se debe al factor económico de las inversiones. En este estado de cosas y mientras se espera que el tiempo vaya haciendo aumentar esas inversiones para producir una TV ideal, las Emisoras acuden a las series de TV. Con ellas se dan un respiro técnico y económico, proporcionan un espectáculo que agrada en su debida proporción y dan oportunidad a crear un espectáculo en vivo que aumente paulatinamente su calidad.

* * *

Pero volvamos la mirada a los padres de familia y entidades afines que se preocupan por la educación de los niños. Ellos también hablaron en la reunión convocada por la Comisión de Educación de la Cámara Joven. El padre de familia está en esta situación: ha com-

prado un televisor para tener tranquilos y quietos a sus chicos y al cabo de un tiempo ve que éstos hablan de un modo extraño, que tratan de vestirse y actuar como sus héroes de la pequeña pantalla familiar o que se pasan todo el tiempo libre pendientes de un espectáculo mediocre que los deseduca, incluso los traumatiza, y que repercute en su menor rendimiento escolar. Y se pregunta angustiado: ¿para qué compré el televisor? Mejor hubiera sido seguir a esos padres conscientes que previeron lo que ocurriría y se han opuesto a darle cabida en su hogar. Frente a esta situación es natural que eleven su voz de protesta contra las series de TV.

Es muy natural... pero sabiendo deslindar cuidadosamente las responsabilidades. Cada padre tiene derecho a educar como juzgue mejor a sus hijos. Pero si adquiere un televisor para evadirse de un problema no puede quejarse luego de lo que ocurra, cargando todos los males a las Emisoras. La mitad de la responsabilidad atañe en primer término a las Emisoras en lo referente a horarios y tipos de programas. No a cualquier hora pueden poner en pantalla cualquier cosa. Hay horas para las amas de casa, para los niños, para todo público y para mayores. Las Emisoras deben respetar estos horarios-tipo. Aún dentro de estos horarios deben velar porque se respeten los valores morales ya que penetran audiovisualmente mucho más íntimamente de lo que hasta ahora se imaginó en un medio de difusión. A mayor poder mayor responsabilidad. Pero la otra mitad de la tarea corresponde a los padres de familia quienes pueden y deben hacer respetar los programas que consideren aptos para sus hijos. Si consideran malsana e inepta a la Televisión tienen el recurso de no comprar televisor. Si lo poseen,

siempre está en sus manos el elegir, dar vuelta el botón e incluso apagarlo. Conviene señalar a este respecto un ejemplo-tipo: en Francia existe una revista especializada en TV con un tiraje de 500 mil ejemplares en que se señalan los programas más específicos para niños. Una ayuda feliz para los padres. En esa misma revista ("Télé 7 jours") se ha propiciado un código para los usuarios de Televisión. Incluso en la programación semanal de films se agregan las calificaciones morales y artísticas que sugieren las entidades competentes. (Y Francia no es un país que pueda tildarse de reaccionario!)

Por si esto no bastara, el usuario de TV tiene un medio muy poderoso para hacer fracasar (o alentar) un programa dentro de este sistema de radiodifusión privada y comercial: el recurso a la protesta institucionalizada contra la Emisora o contra el Patrocinador.

El sistema es muy simple. En vez de criticar individualmente contra toda la TV, puede organizarse en cadenas telefónicas que llamen a las Emisoras protestando o alentando un programa determinado. El poder de tales procedimientos lo conocen perfectamente quienes hacen televisión. Cuando el público llegue a percatarse del poder fabuloso que tiene un llamado telefónico en una Emisora, ese día habrán mejorado los programas buenos y desaparecido los malos. Además, tiene otro recurso: protestar a los patrocinadores de tal o cual programa (o alentarlos), no comprar los productos que patrocinan esos programas y dejar expresa constancia que tal retracción se debe a su mal programa de televisión.

Los responsables de las Emisoras suelen decir que dan al público lo que al público le gusta. Y se basan en los ran-

kings alcanzados por sus programas. No vamos a discutir ni la validez del adagio ni la honestidad de los procedimientos técnicos para establecer esos rankings. Supongámoslos exactos. En definitiva tanto el hombre de TV como los patrocinadores o anunciadores son los primeros en sostener que el público es el que define la permanencia o el levantamiento de un programa. ¿Y si se organizara ese público de otra manera para reaccionar en pro o en contra de los programas? ¿No es acaso un método más exacto en Televisión hablar de mayor o menor venta de un producto a causa de un programa patrocinado? ¿Y quién puede medir eso, en última instancia, sino el público comprador? En Televisión comercial al patrocinador le interesa aumentar sus ventas, para eso invierte, y no necesariamente el saber que un programa tiene el número uno en el ranking. Puede ser que aumenten más sus ventas propiciando un programa de menor audiencia según el ranking. El espejismo del ranking no engaña ya sino a los ingenuos patrocinadores. Para un cliente sagaz el verdadero ranking es aquel que eleve sus ventas, lo demás son palabras. Ahora bien: ¿quién eleva las ventas o las retrae sino el público que ve? ¿Y no puede hablar organizadamente ese público? ¿No puede exigir activamente tal o cual programa? ¿Deberá contentarse con ser objeto de una medición pasiva llamada ranking que se presta a conocidas-posibles-maniobras?

Pongamos punto final por hoy. Hemos rebasado, por cierto, el ámbito de las series TV para abordar el problema de la TV en su totalidad. Y esto es ya más sensato. Achacarle a las series todo el mal que padece, o puede padecer nuestra TV, es injusto y peligroso, sobre to-

do cuando se trata de dar elementos de juicio al legislador. Si hemos tratados de reflexionar a partir de los problemas planteados concretamente, ha sido con una simple intención: comenzar un ho-

nesto diálogo entre las partes, no un agrio y mutuo ataque que no conduce a nada. Si pudiéramos dialogar los argentinos con tranquilidad y buen humor..., incluso nuestra TV sería mejor.

"ESTUDIOS", revista argentina de Cultura, Información y Documentación, fundada en 1911. — *Dirección, Redacción y Administración*: Callao N° 542, Buenos Aires. T. E. 40-7997. — Registro de la Propiedad Intelectual N° 521.289.

Puede suscribirse a la revista "ESTUDIOS" enviando cheque, giro postal o bancario, a la orden de *Revista "Estudios"*.

TARIFA DE SUSCRIPCIONES

| | | |
|--|------------|------|
| Suscripción anual (10 ediciones) | m\$n. | 250 |
| Suscripción semestral (5 ediciones) | " | 125 |
| Suscripción especial de ayuda | " | 500 |
| Ejemplar del mes en curso | " | 25 |
| Ejemplar atrasado del año | " | 30 |
| Ejemplar atrasado de años anteriores | a convenir | |
| Exterior: suscripción anual | u\$s. | 4.00 |